

Gefühle wecken heißt Umsatz steigern

Imagepflege lohnt sich

Aus der Hirnforschung weiß man: Der Mensch entscheidet zu 80 % unbewusst. Dabei wird er vor allem von Emotionen gesteuert. Da es zudem zwischen den Wettbewerbern immer weniger Preis- und Qualitätsunterschiede gibt, handeln Kunden und Unternehmer auch bei Kaufentscheidungen verstärkt nach dem Bauchgefühl. Die Vertriebstaktik daran auszurichten, kann besonders für mittelständische Unternehmen enorme Wettbewerbsvorteile bringen.

Werte wie Vertrauen, Respekt und Ehrlichkeit gewinnen in Geschäftsleben und Alltag zunehmend an Bedeutung. So sagen z.B. 88 % der Top-Entscheider, dass sie einem Anbieter dann den Zuschlag geben, wenn sie Vertrauen in ihn haben.

Die Gesamterscheinung eines Menschen beeinflusst wesentlich das Unterbewusstsein und damit die Emotionen des Gegenübers. Aus einer Studie mit dem bezeichnenden Namen „Kleider machen Vertriebsfolge“ geht klar hervor: Empathie und persönliches Auftreten von Vertriebsleuten haben einen elementaren Einfluss auf die Verkaufszahlen.



© Antonioguillém - Fotolia.com

#119520897

Ebenso prägt laut Studie der erste Eindruck nachhaltig die Qualität der Verhandlungen: Fast 90 % der Befragten waren der Meinung, dass das äußere Erscheinungsbild des Vertrieblers authentisch wirken soll. Dies kann auf jeden übertragen werden, der im Kundenkontakt steht. Ob Handwerker, Verkäufer, Sekretärin oder Firmenchef: Sie alle sind Botschafter ihres Unternehmens. Hier können sich mittelständische Betriebe gegenüber den Großen profilieren.

Mittelständler haben hervorragende Voraussetzungen, ihre positive Firmenidentität nach außen zu transportieren. Der Weg zum Mitarbeiter und Kunden ist wesentlich kürzer. Durch seine persönliche Präsenz kann der Chef Einfluss auf die Außenwirkung seiner

Firma nehmen. Dabei gilt: Fachliche Kompetenz ist zwar wichtig, aber sie ist eben nicht alles.

Zur Imageentwicklung gibt es viele Möglichkeiten: Mit empathischer Gesprächsführung knüpfen Unternehmer wertvolle Kontakte. Mitarbeiter generieren durch positives Auftreten Kunden für ihr Unternehmen. Der korrekte Kleidercodex steht für eine respektvolle und professionelle Einstellung. All das weckt unbewusst positive Emotionen. Damit ist der Fuß in der Tür des Kunden. In der Folge verlaufen die Gespräche reibungsloser und Fachwissen kann noch glaubwürdiger vermittelt werden.

Mittelständische Unternehmen sollten diese Erkenntnisse für sich nutzen: Erfolgreiche Unternehmenspolitik und steigender Umsatz beruhen auf Werten wie Vertrauen und Authentizität. Wenn sie auf moderne Umgangsformen und passendes Erscheinungsbild setzen, zeigen sie Wertschätzung gegenüber Kunden und Geschäftspartnern. So werden deren Kaufentscheidungen im eigenen Sinne beeinflusst.